



商工会議所 LOBO (早期景気観測)

2024年11月調査結果

2024

11

設備投資の動向

設備投資の実施割合は4割超と高水準で推移 収益が圧迫される中でも、投資規模は同水準を維持

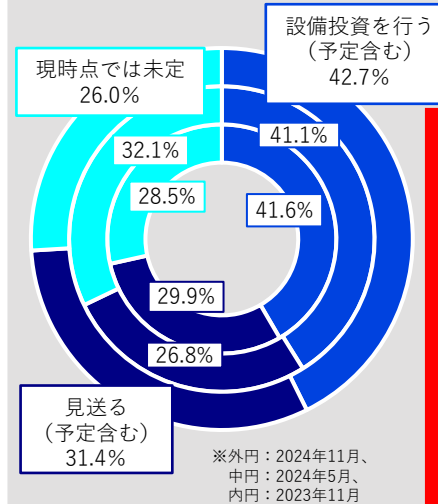
- 2024年度の設備投資の動向は、設備投資を「行う（予定含む）」企業は42.7%と、2024年5月調査から1.6ポイント増加し、高水準で推移している。そのうち、投資規模を「拡大」する企業は26.6%と、2023年度から2.2ポイント減少した。また、「縮小」も2.1ポイント減少し、「同水準」が4.3ポイント増加した。原材料価格、エネルギー価格などの高騰が続き、収益が圧迫される中でも投資規模は同水準が維持されており、中小企業の設備投資意欲は依然として高いことがうかがえる。
- 一方、2024年度の設備投資を「見送る（予定含む）」企業は31.4%と、前回調査から4.6ポイント増加している。
- 設備投資を行う理由については、「設備の老朽化等に伴う更新」が60.9%と最も多くなっているが、次いで、「現在または将来の需要増への対応」（35.6%）、「人手不足への対応」（26.5%）と前向きな投資も一定程度行われている。



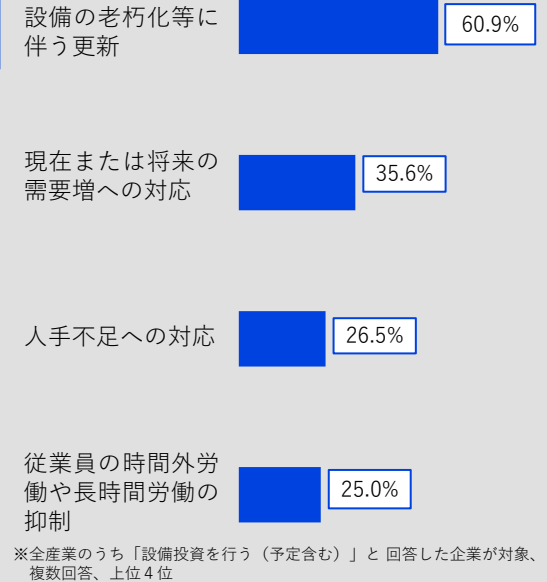
中小企業の声

- 機械の経年劣化や不具合により、修理や入れ替えを行っているが、機械の本体・部品、修繕のための出張費が大幅に上昇している。こうした価格上昇分についても、価格転嫁を検討していきたい。
(津 調味料製造業)
- 従来、外注してきた工程で事業者の廃業が相次いでいることから、その工程を内製化することが必要であると考え、事業再構築補助金を活用し、工場を新設した。今後、当該工程の外注ゼロを目指していく。
(札幌 自動車・附属品製造業)
- 慢性的な人手不足に対応するため、積極的なIT投資が不可欠であり、危機感を持って取り組んでいる。
(名古屋 旅行業)

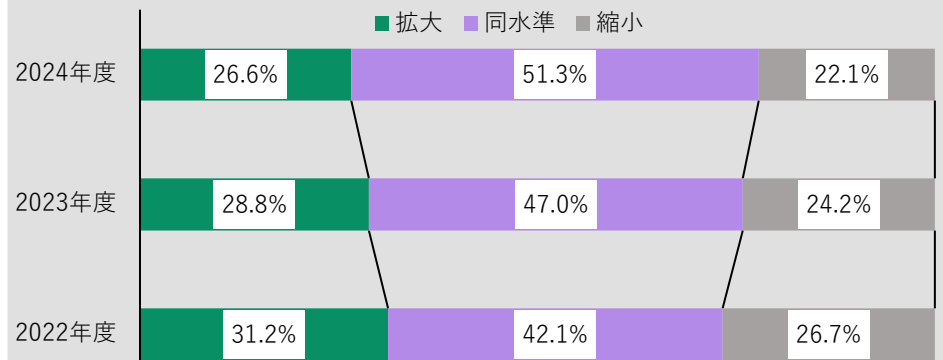
2024年度の設備投資の動向



設備投資を行う理由



2024年度の設備投資規模の動向



※各年度の10月または11月に、その時点での「前年度と比較した当該年度の設備投資の規模（予定含む）」の動向について調査したものを比較

デジタル化の状況 サイバーセキュリティ対策の取組

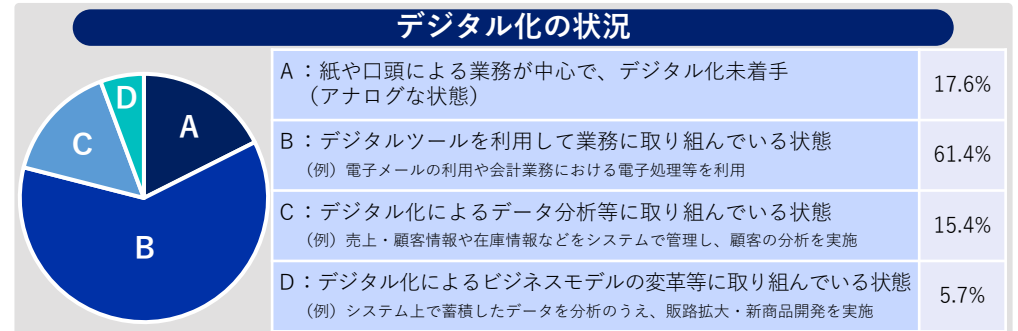
デジタル化への着手進むも、依然2割弱は未着手 サイバーセキュリティ対策は基本的な取組にとどまる

- デジタル化の状況として、「B：デジタルツールを利用して業務に取り組んでいる状態」が最多の61.4%となるなど、多くの企業でデジタル化への着手が進んでいる。一方、「A：紙や口頭による業務が中心で、デジタル化未着手」は17.6%と、依然として2割弱の企業がデジタル化に未着手の状況である。
- デジタル化に取り組む際の課題・デジタル化しない理由として、「デジタルツールは費用が高いと感じている」が最多の33.9%となった。デジタル化未着手の企業（A）では、「デジタルツールは難しいと感じている、苦手意識がある」が最多の48.1%となった。
- サイバーセキュリティ対策として、「ウイルス対策ソフトのインストール」（83.4%）や「ソフトウェアの定期的なアップデート」（62.2%）といった基本的な取組は半数を超えた。一方、それ以外の取組については半数を下回っており、多くの中小企業でサイバーセキュリティ対策は基本的な取組にとどまっている。

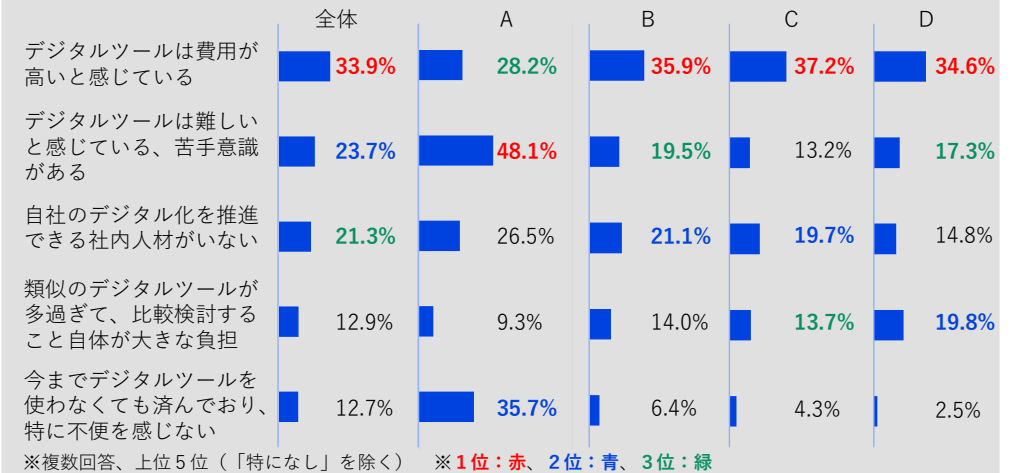


中小企業の声

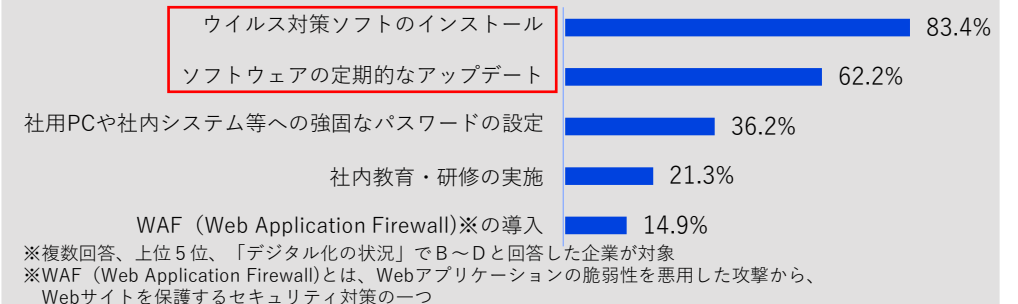
- 取引先でデジタル化の状況に差がある。自社が先行してデジタル化しても、アナログな方法にしか対応できない取引先もあり、対応方法を一本化できない。（白河 一般機械器具卸売業）
- デジタル化を徐々に進めているが、推進できる社内人材が少ない。デジタルツールの導入は費用が高くなるケースもあり、慎重にならざるを得ない。（春日井 非鉄・合金圧延業）
- デジタルツールの利用を全社員に浸透させることに苦労しているが、人手不足の環境下において、デジタル化は必要不可欠であると考えている。（今治 織物外衣製造業）
- 電子メールや会計業務における電子処理等を利用しているが、次の段階として、データを活用した販売促進やAIの活用にも取り組みたい。（神戸 ゴムプラスチック履物製造業）



デジタル化に取り組む際の課題・デジタル化しない理由 （デジタル化の段階別）



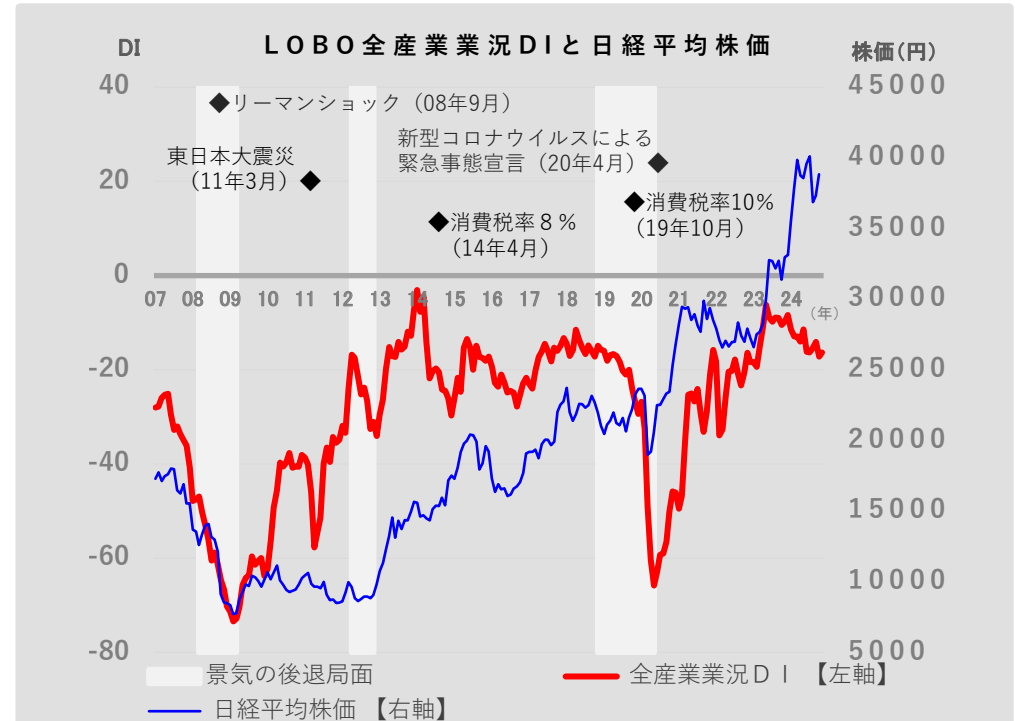
サイバーセキュリティ対策の取組



2024年11月の動向

**業況DIは、個人消費の伸び悩み続き、横ばい圏内
先行きは、年末年始商戦への期待から上向き基調**

- **全産業合計の業況DIは、▲16.3（前月比+0.9ポイント）**
- 製造業は、堅調な自動車関係や鉄鋼関係を中心に改善した。卸売業は、農畜産水産物関係の育成不振が続く一方、足元では天候の安定に伴い、先月の大幅悪化から改善した。建設業は、公共工事の下支えで横ばい圏内にとどまったが、深刻な人手不足を訴える声が多い。サービス業は、消費者の節約志向が続く中、電気代等のコスト増が重荷で悪化し、小売業は、買い控えの影響が根強く、力強さを欠いている。
- 原材料価格に対する価格転嫁は一定の進捗が見られるものの、人材確保に向けた労務費や円安基調、電気代等の高騰に対する転嫁は引き続き追い付いていない。また、実質賃金の伸び悩みで消費者の生活防衛意識は高く、個人消費の伸び悩みが続き、中小企業の業況は横ばい圏内となった。
- **先行き見通しDIは、▲14.6（今月比+1.7ポイント）**
- 断続的に続く原材料価格や電気代の高騰、最低賃金の引き上げによるコスト増が続く中、深刻な人手不足や価格転嫁の遅れなど、長期的な経営課題の山積は続いている。
- 一方、冬の賞与増加やクリスマス・忘年会需要などの年末年始商戦による売上拡大が見込まれる。また、経済対策による電気・ガス代等の補助や給付等、政府の後押しも期待され、先行きは若干の上向き基調が見込まれる。



業況DI（※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合）

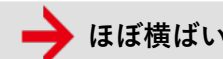
	2023年	2024年						先行き 見通し 12~2月
	11月	6月	7月					
全産業	▲ 9.7	▲ 16.2	▲ 16.3	▲ 15.4	▲ 14.1	▲ 17.2	▲ 16.3	▲ 14.6
建設	▲ 11.7	▲ 18.7	▲ 13.1	▲ 11.6	▲ 8.4	▲ 11.8	▲ 12.6	▲ 11.7
製造	▲ 10.2	▲ 17.6	▲ 22.8	▲ 24.4	▲ 23.4	▲ 22.0	▲ 20.4	▲ 18.6
卸売	▲ 12.0	▲ 23.3	▲ 24.0	▲ 19.9	▲ 16.1	▲ 26.1	▲ 19.0	▲ 13.4
小売	▲ 18.7	▲ 22.2	▲ 20.8	▲ 18.4	▲ 18.7	▲ 24.1	▲ 23.2	▲ 20.4
サービス	0.2	▲ 6.0	▲ 5.4	▲ 5.2	▲ 4.3	▲ 6.9	▲ 8.5	▲ 8.9

業種別の動向

前月と比べたDI値の動き



改善



ほぼ横ばい



悪化



公共工事は堅調に推移しているものの、住宅関連の民間工事の不振が続き、ほぼ横ばい。案件はあるものの、深刻な人手不足により専門人材の確保が追いつかない中、時間外労働規制も重なり、受注を諦めざるを得ないとの声が聞かれた。

- 「社内の人材不足はもちろんのこと、協力会社も職人を中心に慢性的に人手が足りない状況であり、抱えている案件の納期を守るのに精一杯である。新規の案件も話は出てくるが受注できない」（建築工事業）
- 「工事量が変わらない中、人手不足と残業時間規制で作業日数が増えてしまい、新規の受注に影響が発生している」（管工事業）



エネルギー価格の高止まりや円安による輸入部材の高騰によるコスト増は続いているものの、堅調に推移する自動車関係や鉄鋼・非鉄金属等の需要増が下支えし、改善。

- 「重機や車両関係の需要が増加しており、売上は堅調に推移している。今後は冬にかけて除雪車両などの修理案件の増加が見込まれるが、光熱費や労務費も重ねて増加するため、楽観視はできず、慎重にならざるを得ない」（鉄鋼業）
- 「為替が安定しないため、見積もりへの反映が難しく、価格転嫁の足かせになっている」（ニット・シャツ製造業）



輸送費の高騰等や円安基調によるコスト増に加え、消費者の購買意欲の低下から日用品や飲食品の引き合い減少は継続しているものの、天候の安定に伴う農畜産水産物関係の先月からの反動回復で、改善。

- 「今夏の猛暑の影響で青果の育成が悪く、仕入価格の高騰は続いているが、天候が安定したことで、一時よりは流通が安定してきている。年末にかけて一層の収穫量・流通量の安定を望む」（農畜産水産物卸売業）
- 「足元で再び円安基調に戻り、望ましいレートには程遠い状況が続いている。円建て以外の輸入の継続が厳しい状況である」（建築材料卸売業）



イベントやお祭り等の特需や百貨店の高価格帯商品は需要が堅調なもの、実質賃金の伸び悩みに伴う消費者の買い控えで商店街や専門小売店の売上が低迷するなど、消費動向の二極化が続き、ほぼ横ばい。

- 「電気代等のエネルギー価格の高止まりや最低賃金の引き上げに伴う人件費の増加が経営を圧迫する中、継続する物価高で消費者の生活防衛意識が高まっており、日用品を中心に消費が冷えている。また、気候変動で冬物衣料の需要も少なく、売上確保が厳しい状況である」（百貨店）
- 「今月は天候も良く、イベント等での売上が好調であった。一方で、消費者の購買意欲の低迷は根強く、通常日は売上の伸び悩みが続く」（製菓小売業）



根強い消費者の節約志向により飲食店や生活関連サービスの需要が低迷する中、電気代の高止まりや最低賃金の引き上げによるコスト増が重荷となり、悪化。就労調整による人手不足を訴える声が聞かれた。

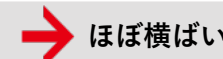
- 「原材料や電気代の高騰、最低賃金の上昇による従業員の時給の見直しなど、コスト負担増が続いている。また、慢性的な人手不足の中、就労調整が加わり、人材確保の悩みは絶えない」（飲食店）
- 「人手に余裕があると思っていたが、少し多忙になると業務が回らないことが増えてきており、危機意識が出てきた」（運送業）

ブロック別の動向

前月と比べたDI値の動き



改善



ほぼ横ばい



悪化



北海道

北海道は、改善。製造業では、堅調なインバウンド・国内観光需要や、北海道新幹線の延伸工事等により、食料品関係や鉄鋼関係を中心に売上・採算が改善した。サービス業では、好調な観光需要の恩恵を受け、旅行関係などで業況が改善した。一方で、警備関係の事業者からは、人手不足により売上が伸び悩む中、最低賃金の引き上げに伴い、さらに厳しい状況に置かれている、という声が聞かれた。



東北

東北は、改善。製造業では、堅調な観光需要や、半導体関係の需要の回復が押し上げ要因となり、食料品関係や機械器具関係などで採算が改善した。卸売業では、天候の安定に伴う農畜産水産物の流通量の回復や、製造業・サービス業からの引き合い増加により、飲食品関係で売上・採算が改善した。機械器具関係の事業者からは、補助金・助成金を活用の上配送効率の改善を図り、売上を拡大していきたい、という声が聞かれた。



北陸信越

北陸信越は、悪化。建設業では、資材価格の高止まりによる民間の住宅需要が低迷しており、売上・採算が悪化した。小売業では、実質賃金の伸び悩みによる消費者の買い控えに加えて、人手不足や仕入コストの増加が影響し、専門小売店を中心に採算が悪化した。百貨店からは、消費者の購買意欲が低迷している中、不安定な気候の影響で衣料品の売れ行きが特に悪く、厳しい状況が続いている、という声が聞かれた。



関東

関東は、改善。小売業では、堅調なインバウンド・国内観光需要の恩恵を受け、百貨店を中心に売上・採算が改善した。建設業では、公共工事の受注が堅調に推移し、売上・採算が改善した。工務店からは、最近住民の防犯意識の高まりにより、面格子等の防犯製品が納品に遅れが生じるほど需要が急増している、という声が聞かれた。



東海

東海は、ほぼ横ばい。建設業では、民間住宅の工事の受注が低迷しており、売上・採算が悪化した。事業者からは、資材価格の高騰や人手不足による労務コストの増加により、収益が圧迫されている、という声が聞かれた。一方で、卸売業では、堅調な観光需要や、自動車の生産・出荷の再開の影響を受け、飲食品関係や機械器具関係を中心に売上・採算が改善した。

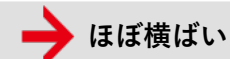


関西

関西は、悪化。サービス業では、実質賃金の伸び悩みにより消費者の節約志向が依然として高く、生活関連サービスや飲食店などで採算が悪化した。小売業でも、消費者の買い控えの影響を受けて、百貨店や専門小売店など幅広い店舗で業況が悪化した。百貨店からは、一部のテナント店舗では、人手不足により営業時間を短縮せざるを得ない状況に陥っており、百貨店全体の顧客満足度の低下につながっている、という声が聞かれた。

ブロック別の動向

前月と比べたDI値の動き



中国

中国は、ほぼ横ばい。製造業では、半導体関係や自動車関係の需要回復により、機械器具関係などで売上が改善した。一方で、サービス業では、原材料価格の高騰に伴う仕入コストや、人手不足による労務コストの増加が影響し、宿泊関係などで採算が悪化した。山口県の飲食店からは、昨年は地域のプレミアム食事券の恩恵を受けたが、今年は同券の発行が無い中でどれだけ宴会予約を獲得できるか不安である、という声が聞かれた。



四国

四国は、悪化。製造業では、冬物衣料の需要の伸び悩みや、消費者の買い控えの影響を受け、繊維関係や食料品関係などで売上・採算が悪化した。卸売業では、製造業や小売業からの引き合い減少に、労務コスト・輸送コスト等の増加が重なり、飲食品関係などで採算が悪化した。生活雑貨の卸売事業者からは、物流2024年問題に伴う納品遅延の対応に苦慮している、という声が聞かれた。



九州

九州は、改善。製造業では、堅調な観光需要や、設備投資の需要増の影響で、食料品関係や鉄鋼関係などで売上・採算が改善した。一方で、食料品関係の事業者からは、原材料や包装資材等の価格上昇や、最低賃金の引き上げに対して、価格転嫁が追いついていない、という声が聞かれた。卸売業では、天候の安定に伴う農畜産水産物の流通量の回復や、製造業からの引き合い増加により、飲食品関係を中心に売上・採算が改善した。

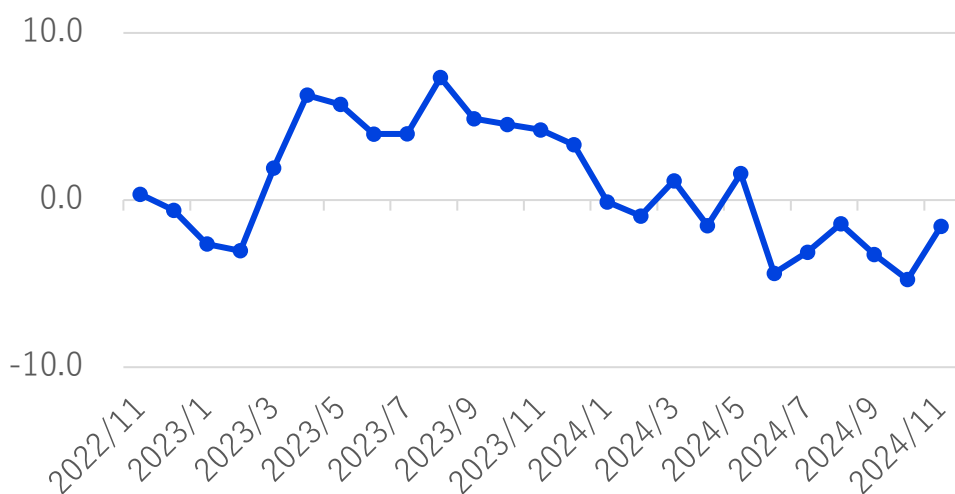
	2023年	2024年						先行き 見通し
	11月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12~2月
全国	▲ 9.7	▲ 16.2	▲ 16.3	▲ 15.4	▲ 14.1	▲ 17.2	▲ 16.3	▲ 14.6
北海道	▲ 12.0	▲ 5.9	▲ 10.0	▲ 11.7	▲ 9.4	▲ 13.5	▲ 10.5	▲ 9.6
東北	▲ 12.7	▲ 22.2	▲ 18.1	▲ 16.0	▲ 22.5	▲ 25.3	▲ 21.7	▲ 19.7
北陸信越	▲ 13.5	▲ 31.6	▲ 34.3	▲ 24.4	▲ 19.1	▲ 17.4	▲ 22.0	▲ 31.1
関東	▲ 9.3	▲ 14.9	▲ 14.6	▲ 18.7	▲ 14.0	▲ 18.6	▲ 13.8	▲ 9.8
東海	▲ 3.7	▲ 15.4	▲ 9.7	▲ 10.2	▲ 8.7	▲ 15.9	▲ 15.7	▲ 11.3
関西	▲ 14.0	▲ 13.8	▲ 15.8	▲ 13.4	▲ 13.9	▲ 12.5	▲ 20.6	▲ 16.9
中国	▲ 9.5	▲ 13.3	▲ 19.0	▲ 8.8	▲ 6.2	▲ 8.5	▲ 8.0	▲ 16.0
四国	▲ 12.7	▲ 19.2	▲ 21.1	▲ 17.3	▲ 14.8	▲ 17.7	▲ 18.9	▲ 16.4
九州	▲ 4.4	▲ 14.6	▲ 14.7	▲ 16.0	▲ 18.3	▲ 21.8	▲ 19.7	▲ 12.4

参考：DI時系列表

売上DI

(※DI=「増加」の回答割合-「減少」の回答割合)

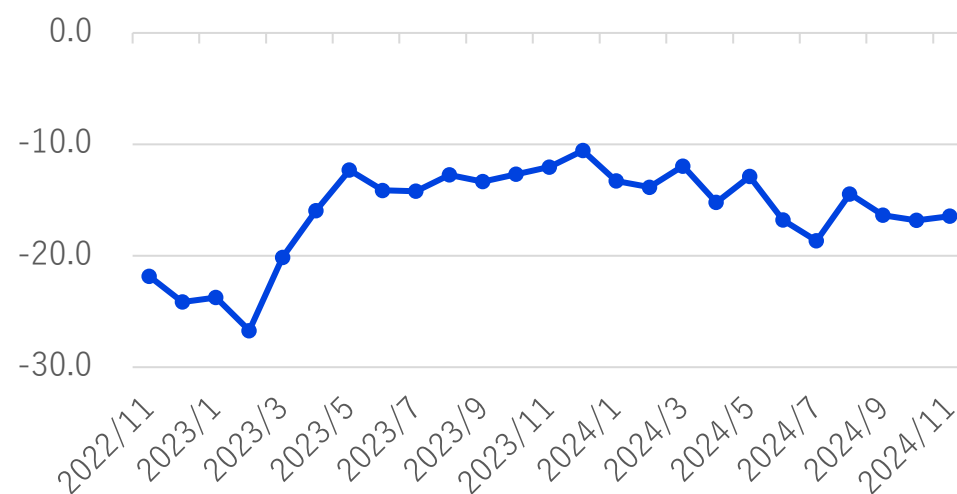
	2023年	2024年						先行き見通し
	11月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12~2月
全産業	4.2	▲ 4.4	▲ 3.1	▲ 1.4	▲ 3.3	▲ 4.8	▲ 1.6	▲ 4.6
建設	▲ 2.9	▲ 13.5	▲ 9.1	▲ 3.1	▲ 8.4	▲ 2.4	▲ 3.6	▲ 4.2
製造	5.8	▲ 6.3	▲ 10.1	▲ 8.9	▲ 15.8	▲ 14.1	▲ 6.7	▲ 3.4
卸売	6.5	▲ 3.8	▲ 13.3	▲ 4.0	▲ 4.3	▲ 11.8	▲ 4.7	▲ 7.8
小売	▲ 4.2	▲ 11.8	1.3	▲ 4.3	3.8	▲ 8.8	▲ 7.5	▲ 10.1
サービス	12.9	8.2	8.4	9.6	7.1	8.9	10.6	▲ 0.6



採算DI

(※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

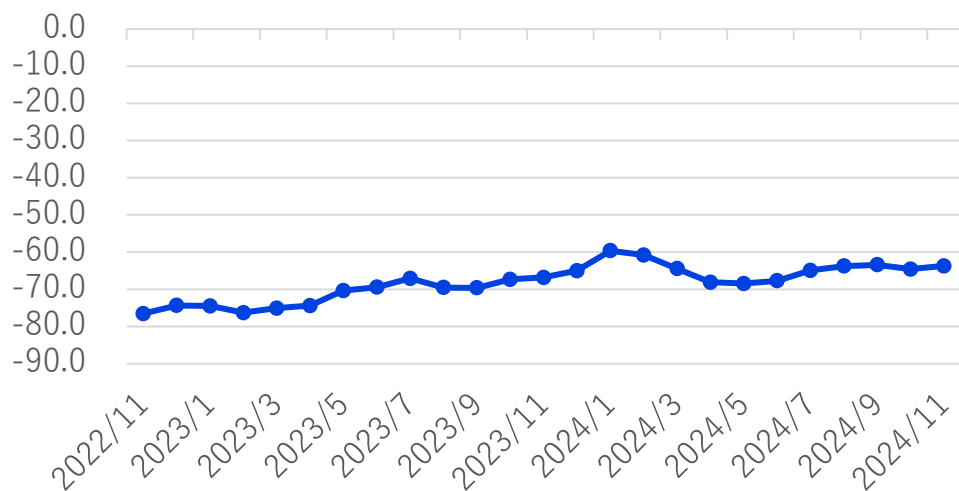
	2023年	2024年						先行き見通し
	11月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12~2月
全産業	▲ 12.0	▲ 16.8	▲ 18.7	▲ 14.4	▲ 16.4	▲ 16.8	▲ 16.4	▲ 13.9
建設	▲ 14.9	▲ 17.1	▲ 21.0	▲ 13.1	▲ 16.8	▲ 14.2	▲ 15.0	▲ 9.0
製造	▲ 11.2	▲ 18.0	▲ 22.6	▲ 19.6	▲ 21.8	▲ 21.4	▲ 20.0	▲ 14.0
卸売	▲ 13.4	▲ 22.0	▲ 23.2	▲ 12.4	▲ 15.2	▲ 23.5	▲ 14.2	▲ 14.7
小売	▲ 18.7	▲ 21.9	▲ 19.3	▲ 19.4	▲ 17.7	▲ 23.3	▲ 23.2	▲ 17.3
サービス	▲ 5.1	▲ 9.3	▲ 11.0	▲ 7.8	▲ 10.4	▲ 6.1	▲ 9.8	▲ 14.1



参考：DI時系列表

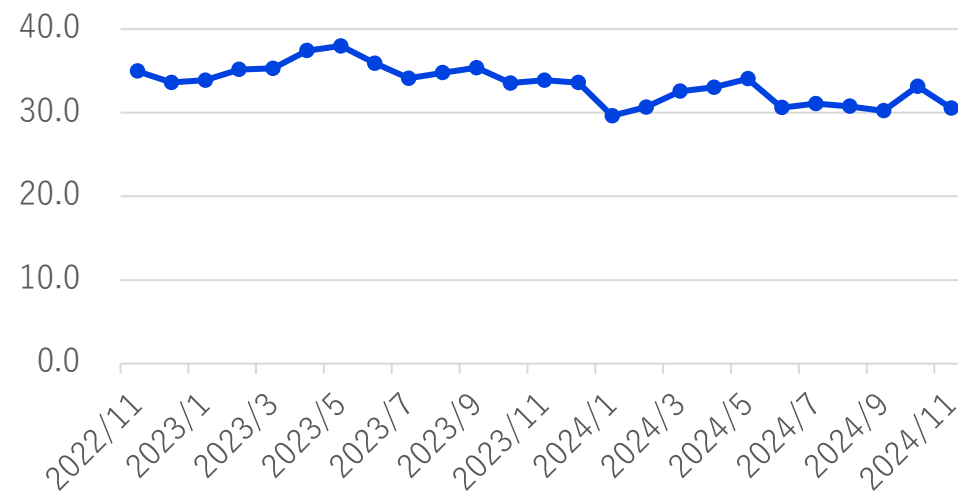
仕入単価DI (※DI=「下落」の回答割合-「上昇」の回答割合)

	2023年	2024年						先行き見通し
	11月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12~2月
全産業	▲ 66.8	▲ 67.7	▲ 64.9	▲ 63.8	▲ 63.4	▲ 64.6	▲ 63.7	▲ 51.5
建設	▲ 72.8	▲ 71.6	▲ 70.8	▲ 71.9	▲ 68.2	▲ 67.0	▲ 68.8	▲ 53.2
製造	▲ 64.5	▲ 64.8	▲ 62.5	▲ 59.3	▲ 58.7	▲ 60.7	▲ 58.3	▲ 45.7
卸売	▲ 63.1	▲ 64.4	▲ 62.7	▲ 60.2	▲ 63.5	▲ 63.9	▲ 61.6	▲ 51.3
小売	▲ 72.2	▲ 72.0	▲ 66.8	▲ 69.6	▲ 68.7	▲ 70.3	▲ 69.3	▲ 59.0
サービス	▲ 62.6	▲ 66.5	▲ 63.3	▲ 60.3	▲ 60.8	▲ 62.8	▲ 62.5	▲ 50.6



販売単価DI (※DI=「上昇」の回答割合-「下落」の回答割合)

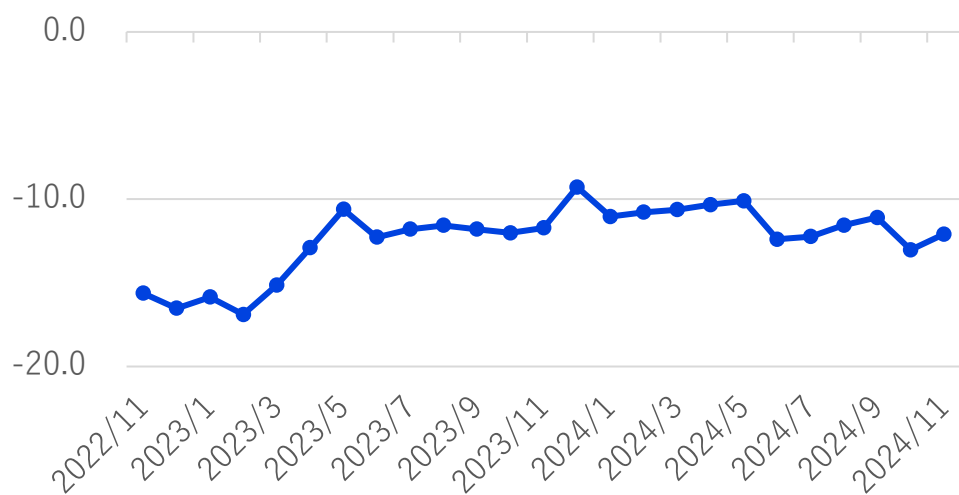
	2023年	2024年						先行き見通し
	11月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12~2月
全産業	33.9	30.6	31.1	30.8	30.2	33.2	30.6	21.9
建設	29.1	31.5	28.0	29.1	30.2	31.6	29.7	20.7
製造	32.1	26.2	26.0	26.8	25.1	26.8	23.5	16.8
卸売	41.5	39.0	37.8	40.7	43.0	37.4	38.8	28.0
小売	46.4	43.1	43.9	42.9	41.3	49.9	44.8	38.4
サービス	25.1	21.4	25.5	22.4	21.0	25.8	23.6	12.5



参考：DI時系列表

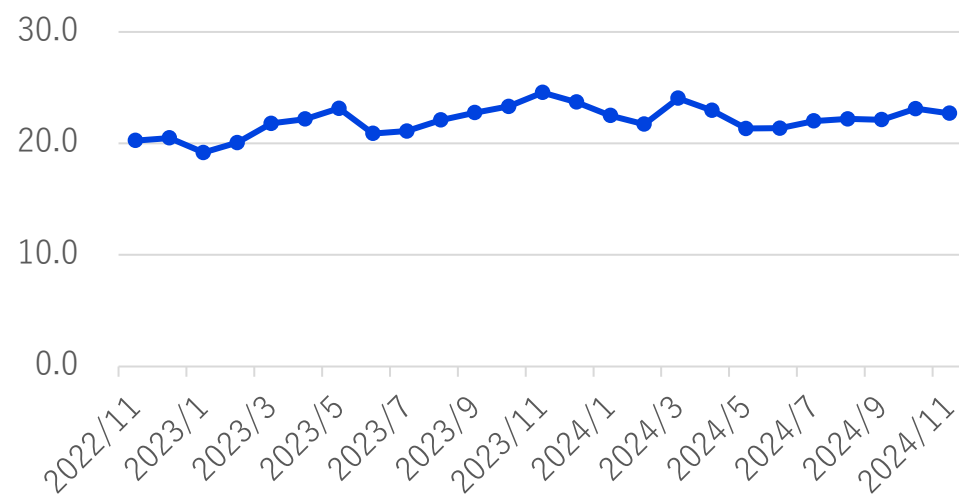
資金繰りDI (※DI=「好転」の回答割合-「悪化」の回答割合)

	2023年	2024年						先行き見通し
	11月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12~2月
全産業	▲ 11.7	▲ 12.4	▲ 12.2	▲ 11.6	▲ 11.1	▲ 13.0	▲ 12.1	▲ 11.3
建設	▲ 6.1	▲ 6.1	▲ 7.0	▲ 3.8	▲ 5.9	▲ 7.1	▲ 7.5	▲ 8.1
製造	▲ 13.4	▲ 13.9	▲ 13.9	▲ 16.1	▲ 16.0	▲ 15.2	▲ 15.4	▲ 14.8
卸売	▲ 9.2	▲ 10.2	▲ 8.2	▲ 9.3	▲ 4.3	▲ 10.9	▲ 4.7	▲ 7.8
小売	▲ 17.9	▲ 18.9	▲ 18.3	▲ 17.6	▲ 15.4	▲ 20.4	▲ 17.5	▲ 13.9
サービス	▲ 9.5	▲ 11.0	▲ 11.2	▲ 8.5	▲ 9.4	▲ 10.0	▲ 11.0	▲ 9.7



従業員DI (※DI=「不足」の回答割合-「過剰」の回答割合)

	2023年	2024年						先行き見通し
	11月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12~2月
全産業	24.6	21.4	22.0	22.2	22.1	23.1	22.7	21.6
建設	37.5	35.5	37.7	35.3	38.9	37.5	39.3	36.0
製造	15.8	9.8	12.1	12.3	12.1	12.5	10.1	10.5
卸売	19.4	16.5	15.0	14.6	13.5	16.8	15.5	17.2
小売	20.6	18.4	19.8	20.4	20.0	20.9	20.4	19.6
サービス	30.9	28.1	26.4	28.0	26.7	28.8	29.3	26.8



調査要領

LOBOとは

「CCI (CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY) – QUICK SURVEY SYSTEM OF **LOCAL BUSINESS OUTLOOK**」 (商工会議所早期景気観測) からとった略称

目的

商工会議所のネットワークのもと、地域や中小企業が「肌で感じる足元の景気感」を全国ベースで毎月調査するとともに、月毎にテーマを設定して調査(例：設備投資や採用・賃金の動向等)を実施・公表することにより、企業を取り巻く経営環境や直面する課題等の現状を示すデータとして、経済対策に関する政策提言・要望活動などに活用することを目的に1989年4月より調査開始。

調査方法

調査協力商工会議所職員(含む経営指導員)による調査票配布・回収

調査項目

業況・売上・採算・資金繰り・仕入単価・販売単価・従業員の前年同月比(前年同月と比較した今月の水準)と向こう3カ月の先行き見通し(今月水準と比較した向こう3カ月(当月を除く)の先行き見通し)、自社が直面している経営上の問題など

※DI値(景況判断指数)について

DI値は、業況・売上・採算などの各項目についての、判断の状況を表す。ゼロを基準として、プラスの値で景気の上向き傾向を表す回答の割合が多いことを示し、マイナスの値で景気の下向き傾向を表す回答の割合が多いことを示す。したがって、売上高などの実数値の上昇率を示すものではなく、強気・弱気などの景況感の相対的な広がりの意味する。

DI = (増加・好転などの回答割合) - (減少・悪化などの回答割合)

※数値処理の方法について

構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない。

調査対象数

配布先：全国326商工会議所の会員 2,475企業

(有効回答数1,977企業[回答率79.9%])

(内訳)

建設業：407 (有効回答数333企業[回答率81.8%])

製造業：610 (有効回答数506企業[回答率83.0%])

卸売業：286 (有効回答数232企業[回答率81.1%])

小売業：492 (有効回答数388企業[回答率78.9%])

サービス業：680 (有効回答数518企業[回答率76.2%])

調査期間

2024年11月14日～20日

公表日

2024年11月29日